

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Halaman Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Penegasan Istilah	9
F. Sistematika Penelitian	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	13
1. Kemitraan Bisnis	13
a. Definisi Kemitraan	13
b. Pola Kemitraan	16
2. Kemitraan Bisnis Dalam Hukum Islam	21
a. Pengertian <i>Shirkah</i>	21

b. Dasar Hukum <i>Shirkah</i>	22
c. Macam-macam <i>Shirkah</i>	23
d. Sebab-sebab yang Membatalkan <i>Shirkah</i>	25
3. Etika Bisnis Islam	25
a. Definisi Etika	25
b. Definisi Bisnis	28
c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	29
4. Keadilan Dalam Kemitraan Bisnis Menurut Etika Bisnis Islam	35
a. Pengertian Keadilan Menurut Para Pakar	35
b. Jenis-jenis Keadilan	41
B. Penelitian Terdahulu	42
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Penelitian	44
1. Pendekatan Penelitian	44
2. Jenis Penelitian	45
B. Kehadiran Peneliti	45
C. Lokasi Penelitian	46
D. Sumber Data	47
1. Sumber Data Primer	49
2. Sumber Data Sekunder	49
E. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Wawancara Mendalam	50
2. Observasi	50
3. Dokumentasi	51
F. Analisis data	51
1. <i>Data Reduction</i>	52
2. <i>Data Display</i>	53

3. <i>Conclusions Drawing / Verification</i>	54
G. Pengecekan Keabsahan Data	54
1. <i>Credibility</i> (Derajat Kepercayaan)	55
a. Perpanjangan Pengamatan	54
b. Meningkatkan Ketekunan	56
c. Triangulasi.....	56
d. Pemeriksaan Teman Sejawat	57
2. <i>Transferability</i> (Keteralihan)	58
3. <i>Dependability</i> (Kebergantungan)	58
4. <i>Confirmability</i> (Keteralihan)	59
H. Tahap-tahap Penelitian	60
1. Tahap Pra-Lapangan	60
2. Tahap Pekerjaan Lapangan	61
3. Tahap Analisis Data	62
4. Tahap Pelaporan Hasil Penelitian	62
BAB IV. PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
1. Sejarah Singkat Perusahaan Grab	63
2. Perkembangan Grab Sampai di Indonesia	64
3. Visi dan Misi PT. Grab Indonesia	66
4. Produk Layanan PT. Grab Indonesia	67
a. Grab Taxi	67
b. Grab Car	68
c. Grab Bike	68
d. Grab Express	69
B. Paparan Data Penerapan Pola Kemitraan Bisnis Antara Grab dan Mitra	70
C. Temuan Penelitian	99

BAB V. PEMBAHASAN

A. Pembuatan Perjanjian Secara Sepihak oleh PT. Grab	101
B. Pembagian Pendapatan Dengan Proporsi 70: 30	118
C. Rata-rata Perjanjian Yang Dibuat oleh PT. Grab Lebih Banyak Menguntungkan Pihak Grab Daripada Mitra Driver	123
D. Belum Adanya Titik Temu Permohonan Keadilan Dalam Bentuk Pengurangan Potongan Komisi Yang Diterapkan oleh Pihak Grab ..	124
E. Minimnya PT. Grab Dalam Memberikan Bonus Kepada Mitra Driver	126
1. Bonus Harian	126
2. Bonus Mingguan	126
3. Nilai Tukar Insentif Berlian	127
F. Banyaknya Kode Etik Yang Diterapkan oleh PT. Grab Kepada Mitra Driver dan Sedikitnya Hak Yang Didapatkan oleh Mitra Driver ..	130
G. Persamaan Ongkos Biaya Kirim Baik Itu Jarak Dekat Maupun Jauh Yang Diterapkan PT. Grab Kepada Mitra Driver	134
H. Kurang Tanggapnya Dari Pihak Grab Dalam Menyelesaikan Aduan Masalah Yang Dialami Mitra Driver	135
I. PT. Grab Sebagai Penyedia Jasa Tidak Mau Ikut Dalam Transaksi Antara Mitra Driver dan Pelanggan	138

BAB VI. PENUTUP

A. Kesimpulan	140
B. Saran	141

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Produk-produk Layanan Grab	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Analisis Milles & Huberman	54
5.1 <i>Screenshot</i> Dari Pendapatan Driver Grab Saat Melajayani Grab Food	122
5.2 <i>Screenshot</i> Dari Pendapatan Driver Grab Saat Melajayani Grab Bike	122